

●会展关注

长三角一体化为会展业提供发展新路径

■ 本报记者 胡心媛

长三角一体化已正式上升为国家战略。作为我国经济最具活力、开放程度最高、创新能力最强的区域之一，长三角地区是我国区域一体化起步最早、基础最好、程度最高的地区，也是“一带一路”和长江经济带的重要交汇点，承担着长江经济带发展重任。

自1982年提出“以上海为中心建立长三角经济圈”以来，长三角一体化发展先后经历了五轮重要的推进时期。长三角一体化的深入推进，为该区域会展业发展带来哪些新的可能性？《中国贸易报》记者为此采访了业内人士。

一体化前景明朗

长三角地区包括三省一市（上海、江苏、浙江、安徽）。记者了解到，会展业是上海一大支柱产业，上海会展经济正进入“加速跑”时代。据国际展览业协会发布的数据，亚洲一半以上的B2B展会净面积在中国，其中上海展览数量和展览面积等多项指标均居国内首位、

世界前列。2017年“世界100大商业展”排行榜中，上海有13个展会入选，居全球城市第一。业界专家表示，长三角一体化有利于上海会展业带动江浙会展业共同发展。

上海大学会展研究院院长张敏在接受《中国贸易报》记者采访时表示，长三角一体化有利于调整产业布局和优化资源配置，统筹区域发展，促进协调发展。上海在会展业方面具有优势，江浙等邻近省份具有较强的经济基础和得天独厚的地理条件，双方合作空间巨大。

“作为顶级全球化平台，首届中国国际进口博览会将对长三角的作用或许还有待进一步释放。”张敏表示，长三角完全可以成为服务“一带一路”建设的重要枢纽。首届进口博览会已为众多“一带一路”沿线国家和地区提供了巨大商机，不仅让长三角会展业得到了更高质量的发展，而且打开了全世界对于长三角及世界级城市群的想象空间。

合作应各取所长

长三角一体化虽然可以促进区域会展业的发展，但长三角各区域各具特色，南京财经大学教授张为付认为，三省一市的会展业基础不同，城市发展定位不同，使得各自的会展业朝不同的方向发展。区域间的会展合作应各取所长。

张为付表示，三省一市区域分工日渐明晰和优化，随着上海会展业的升级，有些会展活动逐渐不适宜在上海举办，这就给江浙皖特别是江浙两省带来了机会。

“跨区域合作具有促进作用，促进长三角区域合作有利于实现浙江经济发展。”张敏说，“对浙江很多产业来讲，长三角一体化能使其与上海形成一种互补局面，上海许多企业会逐渐将目光投向浙江。”张敏认为，沪浙两地之前就存在错位发展，随着沪上“龙头”地位的上升，有些附加值低的展会将落户浙江，成为当地的高附加值产业。

张敏表示，上海和浙江两大经

济高地应当开展更多合作。一方面，浙江应当承接上海的高端会展业转移，尤其是以嘉兴为龙头全面接轨上海，使嘉兴成为浙江经济发展的区域新增长极。另一方面，双方的合作应凸显差异性，规避同类型展会恶性竞争，使长三角一体化实现高质量推进。

长三角区域要进行实质性的高效合作，将区域产业同质化的劣势变为发展会展业产业支撑的优势，共同做大会展业，形成国际影响力。

区域融合促发展

“长三角在我国经济发展中具有举足轻重的作用。”全国会展业标准化技术委员会副主任委员刘海莹表示，“会展已由以往单一的经贸平台，转变为兼具国家战略落地和主场外交功能的平台，这种战略性承接功能赋予了会展业更全面的带动效应。”

长三角一体化会释放一些政策利好。近年来，三省一市都比较重视会展业的发展，分别出台了一些扶持政策，从建设场馆、规划土地、项目引

进、人才培养等多个方面采取了一系列优惠措施，以此推动产业发展。

张敏认为，长三角一体化协同发展是一项系统工程，会展业只是其中的一个环节，要求在基础设施、产业、生态、环保等多个领域共同推进，进而做好长三角区域会展业的协同发展。

在长三角一体化战略下，会展犹如“源头活水”，带给长三角地区的是资源持续流入、聚集与整合，形成区域内资源循环，进而融合全国乃至全球资源要素流动循环，充分发挥对城市发展的引领和支撑作用。

张敏认为，无论制造业、科技还是文化，长三角都具有得天独厚的条件。目前发展契合中国会展业发展的显著特点，即会展项目的营造依托产业链的形成，只有配合国家和区域经济发展的战略，才有相应的会展项目以及会展产业市场的形成。随着长三角一体化战略的推进，会展业唯有跨界发展，才能促进区域会展的合作，进而提升中国会展业在国际社会的整体竞争力。



●会展传真

第二届进口博览会 总展览面积将超首届

本报讯 第二届中国国际进口博览会正在筹备中。近日在北京举办的全国商务工作会议透露，第二届进口博览会总展览面积将超过首届，论坛参会嘉宾规格、规模力争超过首届。中国国际进口博览局副局长孙成海介绍，第二届进口博览会举办时间和地点均与首届一致，展览布局和规模继续包括国家综合展、企业商业展和虹桥论坛。

孙成海透露，第二届进口博览会将坚持一流产品、一流企业、一流环境、一流服务、一流成效，引领发展潮流。已有众多企业报名参加第二届进口博览会，进口博览局已与展商签约的展览面积超过10万平方米。为做好推介工作，已经在美国、巴西、巴拿马、澳大利亚等国家举办多场推介会，下月将赴欧洲推介。作为世界上首个以进口为主题的国家级展会，进口博览会对中国扩大进口发挥了积极作用。根据统计，按一年计，首届进口博览会累计意向成交578.3亿美元。（何进）

传统文化展览活动 助力“徐汇购物”

本报讯 日前，“亥岁百福”文化展览活动在上海徐家汇商圈启动，将持续至2019年2月20日。本次活动是2018年徐家汇岁末迎新主题系列活动“新象徐家汇”的一部分，传统文化IP主题活动构建艺术、文化的商圈购物环境，结合商圈新品首店潮店云集的盛况，助力徐家汇打响“上海购物”品牌，打造“徐汇购物”新亮点。

徐汇区政府负责人表示，为全面贯彻落实上海市委、市政府打响“上海购物”品牌的部署，响应“徐汇购物”三年行动计划，徐汇区将力求成为“国际体验式消费之都”。作为上海的城市副中心地区和著名商圈，徐家汇今年大力推进国内外商业品牌的战略合作，加快引进国际品牌，落地体验型消费模式等，提升区域品牌的价值和内涵。同时推进载体建设，加快港汇恒隆广场、T20广场建设进度，梳理上海购物徐汇专线，串联形成商旅文融合的消费体验路线。（胡建业）

湖南拟打造世界级 工程机械展会

本报讯 2019年5月15日至18日，2019长沙国际工程机械展览会将在长沙国际会展中心举办。湖南省工信厅近日召开的参展工作调度会透露，该展会将力求成一个集高端论坛、国际赛事、行业前沿技术交流、全球企业风采展示于一体的行业盛会，成为一个世界级的工程机械展示、交流、对接平台。展会组委会在会上透露，目前，展会招商推介、领袖论坛、赛事筹备等各项工作正稳步推进，多家国际知名主机企业已经确定参展。

湖南省工信厅厅长曹慧泉表示，湖南是全国最大的工程机械制造基地，部分产品市场占有率居全国第一，且具有追赶国际先进水平的实力，研发能力较强，将工程机械产业培育成世界级产业集群具备雄厚基础和明显优势。目前，在工程机械领域，湖南省规模以上企业数量达99家，包括三一集团、中联重科、山河智能和铁建重工等企业。（黄利飞）

青海藏毯展依托优势资源促开放型经济

■ 本报记者 谢雷鸣

一块藏毯，铺就大美青海与世界沟通的康庄大道。近年来，国内外地毯市场需求呈现逐年增长趋势。地毯产业已经成为中国西部地区的特色产业和优势产业。青海作为全球四大品牌地毯之一的藏毯的主要发祥地，近年来挖掘自身优势资源，通过积极打造藏毯国际展览会推动区域经济发展及扩大对外开放。

今年，为献礼改革开放40年，由国家商务部、青海省政府共同主办的2018中国（青海）藏毯国际展览会（以下简称青海藏毯展）围绕“打造丝绸之路经济带上的响亮品牌”和“积极融入‘一带一路’建设，打造永不闭幕的藏毯展”的目标，着力创新办展思路，深入挖掘潜力、提升文化内涵、丰富展会活动，展会的国际化水平、品质内涵、影响力不断扩大提升，为世界地毯行业深化交流合作、实现融合发展提供了良好平台，也为青海省开放型经济高质量发展注入了新动力。

本届青海藏毯展展位2000个，展示面积约5万平方米，主要展示国内外古毯、各国中高端手工和机织地毯、各国环保和精品地毯、青海省内各市州藏毯文化以及地毯图案设计等。实现合同订单和意向签约额近2亿美元，现货交易额8300万美元，比上届增长4.3%。同时创新办展模式，首次走进玉树、果洛两个藏族自治州举行巡回展。今年首次增设地毯实体体验馆，将现代藏毯艺术与传统牦牛黑帐篷、蒙古包、现代藏式家居及藏医药文化融合展示，让客商充分体验青海特色文化及延伸产品，大幅提升“青海元素”，开辟出特色产业发展和经贸交流合作的新模式。

值得一提的是，青海藏毯展推进了产业互利融合发展，开拓广泛合作领域，从全国万余个品牌展会中脱颖而出，荣膺“改革开放40年，40个品牌展览会”殊荣，成为全国获此殊荣的唯一地毯类专业展会。

曾任青海藏羊地毯（集团）公司总经理、青海省贸促会副会长的李勉业是青海藏毯展的首倡者之一。他告诉《中国贸易报》记者，2003年8月12日，青海藏毯产业发展协调领导小组第一次协调会听取了青海藏羊地毯（集团）公司关于举办青海地毯国际展览会建议的汇报，认为在青海产地举办地毯展会将有利于加快藏毯产业发展，把青海打造成“中国藏毯之都”，进而推动全省经济发展。

2004年，首届青海藏毯展在西宁拉开帷幕。作为青海的重大商贸活动之一，每年展会都吸引全球地毯主要生产国和消费国、国内地毯及家居界知名企业，客商数量持续攀升。历经15年，青海藏毯展已经成为青海国际经贸交流的重要平台，为推动青海在新时代深度融入“一带一路”建设以及为我国经济社会发展 and 扩大对外开放作出积极贡献。

业内人士认为，青海羊毛资源优势明显，民族文化底蕴深厚，发展藏毯产业、举办藏毯展览会具有得天独厚的优势。另外，藏毯的国际市场广阔，拓展空间很大。青海藏毯展不仅为历史悠久的藏毯技艺传承融入新理念、引进新技术，为高原特色产业注入新活力、开拓新领域，也为世界地毯行业加深交流合作、实现融合发展提供了良好平台。

记者了解到，青海藏毯展产业衔接有序，综合效益积聚凸显。今年展会推动了地毯产业供给侧结构调整，青海省18家地毯企业依托展会“去库存、扩销售、拉订单、谋合作”，当地地毯龙头企业成交额较上届提高一倍多。展会“连锁反应”促进了青海省内消费，带动了物流、金融、餐饮住宿、旅游等行业的发展。据透露，青海藏毯展未来会朝绿色、环保、低碳方向发展。



日前，第三届吉林冰雪产业博览会暨第二十二届长春冰雪旅游节在长春举办。吉林是世界三大粉雪基地之一，冰雪运动激情四射，冰雪旅游张弛有度，令人流连忘返。近年来，吉林省紧紧抓住“天赐凉机”，发挥雪的优势，做足冰的文章，推动冰雪旅游强省建设取得丰硕成果。（吉毛雯）

北京世园会“双百”招展目标超额实现

本报讯（记者 陈璐）近日，2019中国北京世界园艺博览会第二批形象大使发布暨世园行动启动活动在北京举行。北京市副市长王红、中国花卉协会副会长张延华、中国贸促会贸易投资促进部副部长张亮、国家林业和草原局生态保护修复司巡视员刘树人、北京世园局常务副局长周剑平等出席活动。

周剑平透露，北京世园会各项筹办工作目前顺利进入最后的冲刺阶段，四个主场馆正在进行内部装修、机电安装和室外工程收尾，植物园完成了温室植物栽植，基础设施具备运行条件，公共绿化景观工程除部分时令花卉明年春季栽植外，主体工程全部完成。

据介绍，“双百”招展目标超额实现，已有包括国家、国际组织、国

内各省（区、市）在内的230多个参展方确认参展，各项筹办工作都在扎实有序推进。为加强北京世园会和生态文明理念宣传推介，使“绿色生活 美丽家园”的办会主题深入人心，2017年4月，北京世园会形象大使启动推选活动，并确定央视主持人董卿为北京世园会首位形象大使，于2017年12月对外发布，取得了良好的宣传效果。今年，综合社会推荐并经执委会审定，北京世园会第二批形象大使已经确定，并启动“世园行动”，标志着北京世园会筹办工作增添了新的力量。

据悉，北京世园会是经国际园艺生产者协会批准、国际展览局认可，由中国政府主办、北京市承办的国际级别最高的世界园艺博览

会，北京世园会将于明年4月29日在北京市延庆区正式开园。目前，各项建设正紧锣密鼓地进行，基础设施具备运行条件。北京世园会园区建设已处在收尾阶段，工作重心从工程建设全面转向运营管理和参展服务。4个多月后，北京世园会将呈现世界园艺新境界、生态文明新典范，展现我国改革开放和现代化建设新成就，展现新时代大国首都新形象。

截至目前，110个官方参展者和120余个非官方参展者确认参展。北京世园会期间计划举办2000多场活动，包括开闭幕式、开园活动、中国馆日等重点活动，“国家日”、“荣誉日”、省市区日、花车巡游等日常活动，专业论坛及国际竞赛等。

以跨界思维打造新时代的会展联盟

■ 唐雪

直思考的几点问题。

独唱与合唱。客观地讲，联盟形式本身并没有错，“单打独斗，自立为王”的打法早已暴露出其上升短板，“借势取势，抱团发展”的战略则更受推崇并逐渐展现其可持续性的发展优势，这也是经济发展的必然。在浙商总会会展业委员会成立筹备工作会议上，浙商总会秘书长郑宇民指出了会展业委员会成立的经济背景，即当前经济的三个鲜明特征：第一，再也不是区域经济，而是广域经济、跨界经济。第二，没有纯粹的产业，只有复合的产品。第三，任何企业都不可能独善其身，只有联合共生。对此，笔者非常认同。经济发展的大背景决定了联盟成立的必要性。这一点在会展行业尤其显得必要，

会展业本身就是一个产业边界相对模糊的行业，或者说它与互联网的平台属性尤为相似，更需要整合资源，发展多边优势。关键是如何落地有声地协同发展。

广度与深度。会展行业内的各种联盟组织，往往追求大而全，聚集了代表政府的会展办公室、产业链各个环节的龙头企业、来自高校的研究力量等等。阵容虽庞大，但缺少精准定位。细数会展行业里做得比较好的联盟组织，大多深耕于某一领域。比如广东会展组展企业协会，集聚了全国展览公司和展会组织者、出国展览执行公司等组展机构，成立不到5年时间，在组织建设、对外交流、活动组织等方面都做得风生水起。再比如上周刚刚成立的中国会展经济研

究会社团会展专业委员会，是国内第一个专注于社团会展领域发展和对外合作的专门机构。社团不仅占据了展览主办的绝对主流，更构成了会议市场的半壁江山，以此为联盟的切入点，后续发展的确值得期待，相信将有助于更好地整合社团力量，促进社团市场的专业化发展。

圈内与圈外。会展行业的联盟当然应该首先集聚会展行业的优质力量，但会展本质就是一个工具性产业，它需要与产业融合发展相辅相成。会展是载体，服务产业方为根本。这一点正是浙商总会会展业委员会的优势所在。浙商总会目前已成立十余个专业委员会。未来，会展委员会将借势助浙商总会的资源优势，发挥与总会会员的联动作

用，充分挖掘符合战略型新兴产业发展方向的会展项目，助力浙江形成梯次结构合理、品牌影响广泛的产业会展项目群。激发浙江产业优势对于产业会展的强大号召力和内在需求。

会展联盟成立容易发展难，其内核在于整合资源协同作战。需要政、行、企、研各司其职，更需要人、财、物、技术全要素资源整合；需要影响会展圈内事，更需要关注会展圈外事；需要服务会展行业，更需要对接其他产业；需要形成凝聚力，更需要形成战斗力。万里长征第一步，希望浙商总会会展业委员会能够创造不一样的精彩。

（作者系北京北辰时代会展有限公司总经理、杭州国际博览中心总经理）



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

本月初，浙商总会会展业委员会正式授牌成立，这一举措或将开启浙江区域内乃至全国会展业协同发展、联合共生的新篇章。通过各种联盟形式抱团发展已成为普遍现象，对此业内不乏质疑之声，各种名目的联盟各立山头、虚张声势，对行业发展有利吗？作为首任浙商总会会展业委员会主任，笔者深感压力，如何与委员会的各位同仁群策群力，让其不要流于形式，是笔者最近一